

FTAMP 19.51.35

Ж.Кенжебек¹, М.Саудбаев²

С. Демирел атындағы университет, Қаскелең қ., Қазақстан

АЙМАҚТЫҚ МЕРЗІМДІ БАСЫЛЫМДАРДАҒЫ МЕМЛЕКЕТТІК АҚПАРАТТЫҚ ТАПСЫРЫСТЫҢ РӨЛІ МЕН ОНЫҢ КҮН ТӘРТІБІН ҚАЛЫПТАСТЫРУҒА ӘСЕРІ

Аңдатпа. Мақалада мемлекеттік ақпараттық тапсырыстың бұқаралық ақпарат құралдарының, соның ішінде аймақтық мерзімді басылымдардың мазмұнына, ондағы күн тәртібінің құрылуына әсеріне зерттеу жүргізілген. Жұмыста «күн тәртібі» ұғымы, аймақтық газеттердің мазмұнына әсер ететін факторлар, мерзімді басылымдарда жиі қайталанатын тақырыптардың сол аумақтың шынайы тыныс-тіршілігімен, жергілікті аудиторияның қажеттіліктерімен сәйкес келмеуі сынды бірқатар өзекті мәселелер қозғалады.

Зерттеудің мақсаты – жергілікті газеттердің мысалында қалыптасқан жағдайды зерделей отырып, аймақтық мерзімді басылымдардың жұмысын жандандырудың тиімді әдістерін ұсыну болып табылады. Осыған орай Панфилов аудандық «Жаркент өңірі» газетінің мазмұндық ерекшеліктеріне, белгілі бір кезеңде жарияланған материалдарына контент-анализ жасалып, талдау жасалды.

Мемлекеттік ақпараттық тапсырыс қазақстандық медианың ажырамас бір бөлшегі болғандықтан, оның аймақтағы мерзімді басылымдардың мазмұнына, өзекті тақырыптарды қамтуына қаншалықты әсерін тигізетіні түсіндіріледі.

Түйін сөздер: аймақтық мерзімді басылым, мемлекеттік тапсырыс, күн тәртібі.

Abstract. The article examines the influence of the state information order on the content of regional periodicals. A number of topical issues are considered, such as the concept of "agenda", factors affecting the content of regional newspapers, discrepancy between materials and the real life of the region and the needs of the population.

The purpose of the study is to propose effective methods for activating the work of regional periodicals, studying the current situation on the example of local newspapers. As part of the study, a content analysis of the Panfilov regional newspaper "Zharkent Ongiri" was carried out. Since the state information order is an integral part of the Kazakhstan media, it is explained how much it affects the content of periodicals in the region, the coverage of current topics.

Keywords: regional newspaper, state order, agenda setting.

Аннотация. В статье исследуется влияние государственного информационного заказа на содержание региональных периодических изданий. Рассматривается ряд актуальных вопросов, таких как теория повестки дня, факторы, влияющие на содержание региональных газет, несоответствие материалов с реальной жизнью района и потребностями населения.

Цель исследования - предложить эффективные методы активизации работы региональных периодических изданий, изучение сложившейся ситуации на примере местных газет. В рамках исследования был проведен контент-анализ Панфиловской районной газеты «Жаркент өңірі». Поскольку госинформзаказ является неотъемлемой частью казахстанских СМИ, поясняется, насколько сильно он влияет на содержание периодических изданий в регионе, освещение актуальных тем.

Ключевые слова: региональное периодическое издание, государственный заказ, повестка дня.

Annotation. The article examines the influence of the state information order on the content of regional periodicals. A number of topical issues are considered, such as the concept of "agenda", factors affecting the content of regional newspapers, discrepancy between materials and the real life of the region and the needs of the population.

The purpose of the study is to propose effective methods for activating the work of regional periodicals, studying the current situation on the example of local newspapers. As part of the study, a content analysis of the Panfilov regional newspaper "Zharkent Ongiri" was carried out. Since the state information order is an integral part of the Kazakhstan media, it is explained how much it affects the content of periodicals in the region, the coverage of current topics.

Keywords: regional newspaper, state order, agenda setting.

Kіpіcne

Заманауи ғылымда «күн тәртібі» (Agenda setting) ұғымы бірнеше мағынада қолданылады. Зерттеушілердің бір бөлігі оны билік органдарының шешуге тиісті, бұқаралық ақпарат құралдарында талқылаудың тақырыбына айналатын мәселелердің жиынтығы ретінде қарастырады. Ал күн тәртібі теориясының қалыптасып, айналымға енуіне зор ықпалын тигізген Маккомбс пен Шоу «күн тәртібі – бұқаралық ақпарат құралдары арқылы таратылып, қоғамда белгілі бір пікірдің, көзқарастың қалыптасуына әсер ететін тақырыптар мен оқиғалардың тізімі» деген анықтаманы ұсынады. Бірінші тұжырымдама позитивизм шеңберіндегі ғылыми айналымға енгізілген. Яғни, бұқаралық ақпарат құралдарының бір

мәселені жиі көтере беретін болса – бұл тақырып оқырман (көрермен) үшін де маңызға ие бола бастайды. Бұл журналистиканың адамдардың көзқарасын қалыптастырудағы маңызды рөл атқаратынының дәлелі.

Баспасөз - коммуникация тарихындағы алғашқы хабар тарататын құрал. Радио, теледидар пайда болған күннің өзінде де баспасөз маңыздылығын жоғалтқан емес. «Қазіргідей ақпарат ағымы өте жылдам, интернет қарқынды дамыған кезеңде мерзімді басылымдарға сұраныс азайғанымен, олар жұмысын әлі де жалғастырып келеді, қоғамда газетті оқитын аудитория үнемі болады». Д.Ротман, А.Карлюкевич сынды ғалымдар жаһандану кезеңіндегі ақпараттық алаңның ерекшеліктеріне әлеуметтік талдау жасап, осындай қорытындыға келген [1, 121 б.]. Сол аудиторияны сақтап қалу үшін газет-журналдар контентін әлеуметтік желіге бейімдеп, өз жұмысында жаңа технологияларды пайдалануды жүзеге асыра бастады. Республикалық ірі газеттермен қатар, өңірдегі басылымдар да интернет кеңістікке бейімделуді қолға алға бастаған. Оған дәлел – газет сайттарының жұмысы, әлеуметтік желіде ашылған парақшалар.

Интернет қаншалықты дамығанымен, адамдардың баспа күйіндегі газет-журналдарға сұранысы жойылды деуге болмайды. «Қазпошта» акционерлік қоғамының деректеріне сүйенсек, аймақтық газеттерге сұраныс жоғары: елімізде жазылым бойынша 170 республикалық және 543 аймақтық газет таратылады. Жазылу көлемі бойынша республикалық басылымдардың үлесі 44% болса, өңірлік басылымдарға жазылу 54% құраған [2]. Яғни, жергілікті тұрғындарды ақпараттандыру мен белгілі бір тақырыпқа қатысты ой-пікірін қалыптастыруда өңірлік мерзімді басылымдардың маңызы жоғары.

Қазақ жеріндегі өңірлік мерзімді басылымдардың тарихы алғашқы газеттердің пайда болуымен тікелей байланысты. Қазақ баспасөзіндегі бірінші басылымдар Түркістан, Дала өңірлерінде жарық көрді. «Түркістан уәлаяты», «Дала уәлаяты» газетінің алғашқы беттерінде Орталық патша үкіметінің жарлықтары мен саяси шешімдері жарияланып отырған, идеологиялық саясат жүзеге асырылған. Сол кезеңде де баспасөзге билік тарапынан бақылау жүріп отырғанын, газетке ненің шығып-шықпайтынын шешіп, күн тәртібін қалыптастырып отырғаны белгілі. Артынша қазақ халқының тарихын, әдебиеті мен мәдениетін, мұң-мұқтажын жеткізе білген «Қазақ», «Айқап», «Серке» сынды газет-журналдары шыға бастады. Бұл кезеңдердегі басылымдарға патша өкіметі тарапынан қысымдар болса да сол замандағы халықтың жанайқайын жеткізе білді. «Ал бүгінгі таңдағы өңірлік басылымдардағы күн тәртібін қалыптастыратын бірнеше факторлар бар. Аймақтық бұқаралық ақпарат құралдарының басым бөлігінде жергілікті билік органдарына тәуелділік байқалады. Бұл өз кезегінде газеттердің оқырманның талаптарына сәйкес келмеу, басылым мазмұнындағы теңсіздік секілді мәселелерге себеп болады» [3].

Аймақтық мерзімді басылымдардың күн тәртібін құрастыру жергілікті аумақтың ерекшеліктеріне, тұрғындарының менталитетіне, редакцияға ықпал ететін ресми және ресми емес факторларға да байланысты. Жергілікті жердегі БАҚ-да күн тәртібінің құрудың ерекшеліктері туралы А.Новак: «бірнеше БАҚ бір аумақта орналасса да, проблемалық оқиғалар туралы әртүрлі бағытта ақпар береді. Бірі шынайы оқиғаны баяндаса, енді бірі аудиторияның сұранысына қарай хабар таратады. Кей жағдайда жасанды ақпарат та таралуы мүмкін» деген болжам жасайды [4]. Бұл редакциялық саясатпен тығыз байланысты жәйт.

Қазақстанда аймақтық газеттер мемлекеттік тапсырыс үшін тендерлік байқауға қатысады. Өздерінің көлемі онсызда кіші газеттердің мазмұны бөлінген қаражатты ақтау үшін әкімшіліктің өткізген іс-шаралары, мемлекеттік мекемелердің есептері, жоғары лауазымды адамдардың сұхбатымен толып кетеді. Ал қазақстандық медиа зерттеулерінде мерзімді басылымдардағы мемлекеттік ақпараттық тапсырыстың ондағы күн тәртібінің қалыптасуына әсері, газеттің мазмұнына тигізер оң және теріс жақтары туралы жұмыстар жоқ деуге болады. Сондықтан басылымдардағы күн тәртібінің құрылуы мен мемлекеттік ақпараттық тапсырыстың байланысын зерттеу маңызды болып табылады.

Әдебиетке шолу

Мерзімді басылымдардағы күн тәртібінің құрылуына ақпараттық тапсырыстың әсері тақырыбы аясында жазылған ғылыми зерттеу жұмыстары мен талдамалар аса көп емес. Отандық медиа кеңістікте аталған тақырыпты қозғаған авторлар жоқтың қасы. Ал жалпы журналистикадағы күн тәртібінің қалыптасуы туралы еңбектер бар. Сондықтан бұл жұмыста Agenda Setting – күн тәртібін белгілеу теориясы бойынша, аймақтық баспасөз және оның функциялары, қоғамдағы рөлін анықтайтын әдебиеттер, зерттеу еңбектері негізге алынды.

Күн тәртібі, оны қалыптастыру бойынша нақты зерттеулер 1920 жылдарда бастау алған. Посткеңестік мемлекеттерде, оның ішінде Ресей мен Украинада ХХІ ғасырдың басынан зерттеле бастаған. Ал Қазақстанда күн тәртібі, оның саяси, қоғамдық, ақпараттық бағыттары бойынша іргелі зерттеу жүргізіп, айналысатын ғалымдар аз, көбіне бакалавр деңгейінде зерттеулер жасалған.

Күн тәртібін құрастыру теориясына алғашқылардың бірі болып зерттеу жасаған Уолтер Липпман. Ол бұқаралық коммуникация құралдарының аудиторияға тікелей әсер етпесе де, алған ақпараты арқылы ойында белгілі бір суреттерді қалыптастыратын атап өткен болатын [5]. Арада біраз уақыт өткен соң, 1968 жылы, Солтүстік Каролина университетінің зерттеушілері Максвелл МакКомбс пен Дональд Шоу Липпманның көзқарастарына назар аудара бастады. Әлеуметтанушылар

бұқаралық ақпарат құралдарының қоғамдық пікірді қалыптастыруға әсерін зерттеді. Зерттеу нәтижесінде олар жарияланған журналистік материалдар мен қоғамдық пікірді салыстыру моделін ұсынған болатын. Бұл модель бойынша бұқаралық ақпарат құралы аудиторияға іріктелген жаңалықтарды жібереді. Ал қоғам қабылдауы қажет деп тапқан тақырыптар тізбекте жиі қайталанып отырады. Яғни, БАҚ көп тақырыптың ішінен бір мәселені таңдау арқылы күн тәртібін құрады. Жиі қайталанатын тақырып оқырман не көрермен үшін маңызды мәнге ие болады, ақиқатында, ол аса маңызды дүние болмауы да мүмкін. Кейде, керісінше, маңызды ақпарат назарға ілікпей қалады. Бұл арнайы жоспар арқылы жүзеге асуы мүмкін [6, 183 б.]. «Осылайша, оқырманның (көрерменнің) көкейінде бұқаралық ақпарат құралдарының сүзгісінен өткен белгілі бір ақпаратқа, оқиғаға, мәселеге қатысты пікір қалыптасады» [7, 147 б.].

Ресейлік зерттеуші О.Кольцова «Жаңалықтарды өндіруге ақпарат көздері әсерін тигізеді, өз кезегінде, ақпарат көздерін де белгілі бір «агенттер» басқарып отырады. Агенттер келесідей түрлерге жіктеледі: мемлекеттік агент, экономикалық агенттер: басшылар, демеушілер мен жарнама берушілер, ақпарат берушілер (ірі ньюсмейкерлер мен жаңалыққа шығуды қалайтын қарапайым адамдар), күш көрсету агенттері (күш құрылымдарының басшылары, қызметкерлері, криминалдық топтар мен олардың мүшелері), жаңалықты шығарушылар (БАҚ басшылары мен журналистері)» [8, 84-86 б.]. Бұл арқылы автор берілетін жаңалық оқырман не көрерменге жеткенше түрлі сүзгілерден өтіп, жоғарыда аталған әрбір агент ақпараттың түріне байланысты оған ықпалын тигізіп отыратынын айтқысы келеді.

Қазақ журналистикасы әртүрлі даму баспалдақтарынан өтті. Оның ішінде кеңестік кезең де бар. Ал Кеңес үкіметі тұсында бұқаралық ақпарат құралдарындағы ақпараттық күн тәртібі қалай жүзеге асқаны туралы көптеген пікірлер бар. Намазалы Омашев: «Өткен ғасырдың жиырмасыншы жылдарындағы кеңестік журналистика тарихы тоталитарлық жүйенің талап-тілегі тұрғысынан ғана қарастырылып келгені баршаға мәлім. Ол кезде саяси шындықты айту былай тұрсын, ел, жер туралы жақ ашқандарды құртып-жоюға бағытталған кеңестік «алып машина» қапысыз қырағылықпен жұмыс істеп тұрды», - дейді [9, 3 б.]. Автор сол кезеңдерде шығып тұрған «Ұшқын», «Еңбекші қазақ», «Еңбек туы» газеттерінің мазмұндық сипатын саралайды. Аталған басылымдардың Кирревком, одан кейін КазАКСР-дің ресми органы болғанымен қатар, қоғамдық-саяси, мәдениет тақырыптарына арналған публицистикалық материалдардың көптеп жарық көргенін айтады.

«Сорос-Қазақстан» қорының қолдауымен жүргізілген М.Сыздықбекованың «БАҚ-тағы мемлекеттік ақпараттық тапсырыс» зерттеуінде осы мақсатта 2016-2020 жылдары бюджеттен жылына 41,7-47,1 миллиард теңге жұмсалғанын айтады [10]. Мәселен, «Егемен

Қазақстан» мен «Казахстанская правда» газеттері 2016-2020 жылдары мемлекеттік ақпараттық тапсырыс үшін 877,5 миллион және 721,1 миллион теңге алған. Өз кезегінде қоғам белсенділері мен медиа сарапшылар бұл медиа нарыққа кері әсер ететінін айтады. Олардың пікірінше, мұндай тенденция БАҚ-тың көп жағдайда тек қаржы үшін жұмыс істеп, халықты алаңдататын өзекті мәселелер тасада қалып қояды және билік органдарын шамадан тыс мақтау мен мадақтау көбейіп кетуіне де әсерін тигізеді. Мұндай тенденция өңірлердегі мерзімді басылымдарға да тән.

Материал, әдістер мен нәтижелер

Бұл зерттеуде қолданылатын негізгі әдіс – контент-анализ. Контент-анализ – мәтіндер мен коммуникацияның басқа түрлерінен жүйелі, сенімді немесе негізді және қайталанатын қорытындылар жасауға арналған зерттеу әдістерінің тобы [11, 7 б.]. Жұмыстағы басты материал ретінде аймақтық «Жаркент өңірі» газеті қолданылады. Зерттеуде осы мерзімді басылымның 2021 жылғы қазан-желтоқсан айларындағы сандарына талдау жасалып, республикалық газеттер мен ақпараттық сайттардағы материалдарымен салыстыру жүргізіледі.

«Жаркент өңірі» - Жетісу облысы, Панфилов ауданындағы қоғамдық-саяси, әлеуметтік-экономикалық газеті. 1921 жылдың 1 маусымынан бері шығып келеді. Аптасына бір рет қазақ, орыс, ұйғыр тілдерінде шығатын басылымның қазіргі кездегі таралымы – 5060 дана. 2021 жылы газеттің жарық көргеніне 100 жыл толған. Газет тұрғындарды ауданның, облыстың жаңалықтары, тыныс-тіршілігінен хабардар етіп отыратын аудандағы негізгі ақпарат құралы.

Кез-келген бұқаралық ақпарат құралының медиа нарықта өз орнын сақтап, тұрақты жұмыс істеуі үшін қаржыландырылуы болуы қажет. Осы тұста мемлекеттік ақпараттық тапсырыстың мерзімді басылымдар үшін тиімді тұсын айта кеткен жөн. Мемлекеттік ақпараттық тапсырыс медиа кеңістігінде газеттердің тұрақты шығып тұруына, жаңа жобалардың жүзеге асуына қолдау тигізеді, тиісінше журналистер де жұмыспен қамтылады. Сонымен қатар мемлекеттен қаржылай қолдау көрсетілуі шетелдік ақпарат пен өнімдерге тәуелділікті азайтуға мүмкіндік береді. Яғни, еліміздегі біршама БАҚ мемлекеттік ақпараттық тапсырысқа тәуелді болғандықтан, ол тоқтатылар болса, біраз газет-журнал, телеарна жабылады, аудитория да басқа мемлекеттердің медиасына бет бұра бастайды. Демек, мемлекеттік тапсырыстың оңтайлы тұстары да бар. Алайда көлемі онсызда кішкентай (1 баспа табақ) аймақтық газеттер әкімшіліктің жарлықтары мен құжаттарына, әкімдік, мекеме қызметкерлерінің жұмыс туралы есебіне, мақтау мен мадақтау мақалаларына толып кететін кезеңдер болады.

Осыған орай Панфилов аудандық «Жаркент өңірі» газетінің 2021 жылдағы қазан-желтоқсан айларындағы сандарына талдау жасалды. Осы кезеңде Панфилов ауданына қарасты Пенжім ауылының мектеп оқушылары арасындағы төбелес республика бойынша резонанс туғызған болатын. Себебі оқиға қазақ және ұйғыр ұлтының жасөспірімдері арасында орын алған. Төбелестің артынша аймақтағы ұлтаралық жағдай ушығып, үлкен дауға айналған. Аталмыш тақырып аясында 27 қазаннан бастап желтоқсан айын қоса алғанда әлеуметтік желілерде, ақпараттық сайттарда материалдар шығып отырған. Ал «Жаркент өңірі» газетінің өзінде бұл уақыт аралығында тек 2 мақала жарық көрген.

Газеттің 2021 жылғы 29 қазандағы № 45-46 санында «Біріңді қазақ, біріңді дос, көрмесең істің бәрі бос!» деген мақала шыққан. Материалда жиі қайталанған сөздер төмендегідей (1 кесте):

1 кесте. «Біріңді қазақ, біріңді дос, көрмесең істің бәрі бос!» мақаласында жиі қайталанған сөздерді салыстыру

Сөз	Қайталану жиілігі	Сөз	Қайталану жиілігі
қазақ	15	ұйғыр	5
жастар	7	ақсақал	1
төбелес	5	достық	1
кикілжің	4		
ауыл	7	аудан	6
әкім	5	халық	6
басшы	4		

Мақалада жанжалдан кейінгі ауыл тұрғындарымен өткізілген жиналыс баяндалған. Онда аудан әкімі, полиция және жауапты бөлім басшыларының халық алдында сөйлеген сөзі, қатысушылардың айтқан пікірлері берілген. «Аудан әкімі», «басшы» сөздері 4-5 рет қайталанатын. Мұнда мәселенің мәнісін анықтау барысында басшылықтың рөлін айқындау үшін аталған сөздер пайдаланылған. «Қазақ», «ұйғыр» сөздерінің жиі қайталануы бұл жанжалдың екі ұлт өкілдерінің арасында екенін көрсетеді. «Қазақ» сөзіне баса назар аударылуы автордың осы мәселедегі жеке көзқарасын да сипаттайды деуге болады (автор – қазақ ұлтының өкілі). Журналист жиналыстан басқа оқиғаға қатысушылардан, куәгерлерінен, төбелес орын алған мектеп басшылығынан сұхбат алмаған. Зерттеуші Тертычный журналистикада объективтілікке оқиға орнынан табылып немесе куәгерлер мен екі тараптың көзқарасын білу арқылы ғана жетуге болатынын айтады [12].

«Жаркент өңірі» газетінде осыдан басқа бұл тақырыпқа қатысты мақалалар жарияланбаған. Алайда «Азаттық», «abai.kz», «Qazaq times», Тенгриный сайттарында оқиғадан кейінгі ауылдағы ахуал жайында

бірнеше ақпарат пен мақалалар жарық көрген. Ал Панфилов аудандық газетінде қазан-желтоқсан айларында шыққан 12 санында (№ 41-57) жиі жарияланған тақырыптар келесідей болған (2 кесте).

2 кесте. «Жаркент өңірі» газетінде 2021 жылдың қазан-желтоқсан айларында жиі жарияланған тақырыптар тізімі

Ақпарат / мақала атауы	Қайталану саны
ҚР Президентінің Жолдауы	31
Тәуелсіздікке - 30 жыл	34
Әкімдер мен әкімшіліктің жұмыс есебі	27
Мемлекеттік көрсетілетін қызмет пен қызметшілердің жұмысы	24
Жарлықтар, мемлекеттік құжаттар, жобалар мен шешімдер, қаулылар	22
Биографиялық мақалалар	13
Денсаулық, салауатты өмір салты	21

Жоғарыдағы көрсеткіштерге сүйене отырып, аймақтық газетте жергілікті әкімшіліктің, мемлекеттік қызметшілердің жұмыс есептерінің, жолдауға қолдау мақалаларының жиі жарияланатынын аңғаруға болады. Коронавирус пандемиясы басылымда денсаулық саласына қатысты материалдардың артуына себепкер болған. Сонымен қатар басылымда пайдалы кеңестер, ырым-тиымдар, сұлулық, қыз тәрбиесіне қатысты мақалалар да көп қайталаынады. Осындай тақырыптар жиі газеттің әр санында шығып отырады, ал өңірдегі өзекті мәселелер назардан тыс қалып қойғандай. Мәселен, Панфилов ауданындағы газ тарту, ауылдарға жолдарды жөндеу, аудан орталығы мен қала маңындағы зауыт пен кәріз жүйесінен шығатын жағымсыз иіс секілді әлеуметтік желілерде жиі көтеріліп жүрген мәселелер аймақтағы жалғыз басылым бетінде мүлде жоқ деуге болады.

ҚР мемлекеттік сатып алу сайтындағы ашық деректерге сәйкес, әр жылдары «Жаркент өңірі» газеті Панфилов аудандық ішкі саясат басқармасы өткізген «Бұқаралық ақпарат құралдары арқылы Панфилов ауданы, Алматы облысының мемлекеттік саясатын жүргізу» конкурсын ұтып алған [13]. Аудандағы жалғыз бұқаралық ақпарат құралы болғандықтан, газеттің жыл сайын ақпараттық тапсырысты ұтып алуы қалыпты жағдай.

Мемлекеттік сатып алу сайтында 2016-2021 жылдағы мәліметтер көрсетілген: 2020 жылдағы конкурс өткізілмеген, ал 2021 жылда қаржы мөлшері қысқарған. Мұны әлеуметтік желілердің қарқынды дамуымен және редакцияда қызмет ететін журналистер санының қысқарғанымен түсіндіруге болады (3 кесте).

3 кесте. «Жаркент өңірі» газетінің мемлекеттік ақпараттық саясатты насихаттау бойынша конкурстардан ұтқан қаржы көлемі

Жыл	Қаражат мөлшері (млн тг)
2016 жыл	16 071 428.00
2017 жыл	15 607 886.91
2018 жыл	15 607 886.91
2019 жыл	15 942 341.62
2021 жыл	5 213 973.21

Зерттеу нәтижесі көрсеткендей, аймақтық «Жаркент өңірі» басылымында жергілікті жердегі халықты алаңдатқан маңызды мәселелер мемлекеттік ақпараттық тапсырысты орындаудың тасасында қалып жатыр. Яғни, аймақтық газеттердегі күн тәртібін жергілікті әкімдіктің, мемлекеттік ақпараттық тапсырысты қамтитын тақырыптар қалыптастырып отыр. Осы тұста пропаганда моделінің де жүзеге асып отырғанын айта кеткен жөн. Пропаганда моделінің авторлары қоғам көңілін маңызды нәрселерден басқа дүниеге бұру үшін бұқаралық медиа біржақты жағымды ақпараттарды жиі беріп, маңызды мәселені назардан тыс қалдыру үшін қолданылатынын айтады [14, 19 б.].

Айта кетейік, биліктің БАҚ-тың күн тәртібіне ықпал ету үшін қаржы құралдарын пайдалануы оның тәуелсіздігі мен сөз бостандығына қатысты алаңдаушылық тудыруы мүмкін. Мемлекеттің ақпарат құралының жұмысына араласуы олардың беделіне нұқсан келтіріп, демократиялық қоғамның маңызды бөлігі болып табылатын бұқаралық ақпарат құралдарына халықтың сенімін азайтады. Өйткені күн тәртібін анықтау журналистер мен БАҚ-тың қолындағы өте қуатты құрал және ол қоғамдық пікір, саясаттың қалыптасуында үлкен әсерін тигізеді.

Қорытынды

Өңірдің тыныс-тіршілігі мен әлеуметтік ахуалының айнасы – аймақтық газеттер. Жергілікті басылымдарда ірі мегаполистердегідей сенсациялық мақалалар жоқ, өзіне тән мазмұн мен қалыпты стилі бар, сонымен бірге аймақтық газеттер үнемі оқырман көңілінен шыға бермейді, соған қарамастан, олар өміршең болып келеді [16].

Қорыта келе өңірлік баспасөздің журналистік қызметін толықтай жүзеге асыруына, өзекті тақырыптарды жариялауына кедергі келтіретін бірнеше қолайсыз тұстарды айтуға болады:

- газеттердің заңды тұлғаның билігіне тәуелділігі (құрылтайшы). Аймақтық мерзімді басылымдарда құрылтайшылар көбіне әкімдіктер болып келеді;
- мемлекеттік ақпараттық тапсырысқа тәуелділік пен экономикалық қиындықтар. Жоғарыда көрсетілген зерттеу нәтижесіне сүйене отырып, аймақтық газеттер мемлекеттік саясатты насихаттау үшін

конкурстан ұтып алған қаражатты игеруді жүзеге асырғанда – өңірдегі маңызды мәселелер басылым бетінде көтерілмей жатқанын айтуға болады.

- саяси тұрғыдағы мәселелер;
- әлеуметтік желілердің дамуымен жергілікті газеттерге жарнаманың өте аз мөлшерде берілуі;
- бәсекелстіктің жоқтығы.

Медиа нарықта қалу үшін аймақтық газеттер мемлекеттік ақпараттық тапсырыстан толыққанды бас тарта алмайды. Сондықтан мемлекеттік ақпараттық тапсырыс беру саясатына реформа жасау, оның газетегі күн тәртібінің қалыптасуына әсерін азайту мәселесі өзектілігін жоғалтпақ емес. Бұл ретте жауапты мекемелердің күн тәртібіндегі мақсаттарына қол жеткізу үшін бұқаралық ақпарат құралдарының тәуелсіздігіне қол сұғылмауы, бейтарап жаңалықтар тарату құқығы мен мемлекеттік саясатты насихаттау арасындағы теңгерімді сақтау маңызды.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

- 1 Ротман Д. Карлюкевич А. Бузовский И. Посталовский А. Особенности трансформации информационного поля Республики Беларусь в современных условиях. – Минск: Вышэйшая школа, 2020. - 128 с.
- 2 Қазақстандықтар қандай газет-журналдарды жиі оқитыны анықталды. [Электрон. ресурс] – 2019. - URL: https://baq.kz/qazposhta-gazet-zhurnal_210667/. (Қаралған күні 21.01.2023).
- 3 Бурова Ю. Е. Содержательные тенденции развития современной региональной журналистики // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. 2015. — № 2 (138). — С. 19-22.
- 4 Новак А. А. Особенности формирования повестки дня региональных СМИ // Вопросы теории и практики журналистики. - 2018. -URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-povestki-dnya-regionalnyh-smi>. (Қаралған күні: 21.01.2023).
- 5 Whitehead A. The Unattainable Ideal: Walter Lippmann and the Limits of the Press and Public Opinion [Электрон. ресурс] – 2015.- URL: https://digitalcommons.lsu.edu/gradschool_theses/2282. (Қаралған күні 23.01.2023).
- 6 McCombs M. E., Shaw D. L. The agenda-setting function of mass media // Public opinion quarterly. – 1972. - 36(2). – p. 176-187.
- 7 Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д. Проблема конструирования реальности в процессах массовой коммуникации: гипотеза “agends-

- setting”. [Электрон. ресурс] - URL: <https://www.ifp.uran.ru/files/publ/eshegodnik/1999/10.pdf>. (Қаралған күні: 25.01.2023).
- 8 Кольцова О. Ю. Кто и как влияет на производство новостей в современной России // *Pro et Contra*. 2000. - №4 6(2). – с.80-106.
 - 9 Омашев, Н. 1920-жылдардағы кенестік журналистика. - Алматы: Қазақ энциклопедиясы, 2013. – 320 б.
 - 10 Сыздықбекова М. Государственный информационный заказ в СМИ // *Фонд Сорос-Казахстан: иссл.*, 2020. – с. 5-9.
 - 11 Drisko J. Maschi T. *Content Analysis*. - Oxford: Oxford University Press, 2016. – 187 p.
 - 12 Тертычный А.А. Объективность информации в СМИ: достижима ли она? // *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 2018. - 37 (1), 113-120.
 - 13 Мемлекеттік сатып алуды жүргізу туралы хабарландыру мен нәтижелері. [Электрон. ресурс] - URL: <https://satypalu.gov.kz/kz/announce/index/6450935>. (Қаралған күні: 09.02.2023).
 - 14 Herman E. Chomsky N. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. – London: Clays Ltd, St Ives PLC, 2008. – 582 p.
 - 15 Entman, R. M. *Projections of power: Framing news, public opinion, and U.S. foreign policy*. – Chicago: University of Chicago Press, 2003. – 240 p.
 - 16 Шындалиева М. Б. Жанысбаева А. П. Қазақстандағы аймақтық БАҚ-тың типологиясы // *Евразийский Союз Ученых*. 2018. - 4-4 (49).